

**PENGARUH *CURRENT RATIO*, *LEVERAGE*, DAN *DIVIDEN PAYOUT RATIO* TERHADAP *PRICE EARNING RATIO* PADA PERUSAHAAN OTOMOTIF YANG GO PUBLIK DI BURSA EFEK INDONESIA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen**



**Oleh :**

**M. REEZA PRAMADIKA**  
**0712010141 / FE / EM**

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2011**

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya yang diberikan kepada penyusun sehingga skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH CURRENT RATIO, LEVERAGE DAN DIVIDEN PAY OUT RATIO TERHADAP PRICE EARNING RATIO PADA PERUSAHAAN OTOMOTIF YANG GO PUBLIK DI BURSA EFEK INDONESIA”** telah terselesaikan dengan baik. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat penyelesaian Studi Pendidikan Strata Satu, Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Pada kesempatan ini penyusun ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi bimbingan, dukungan, petunjuk serta bantuan baik spirituil maupun materiil, khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Sudarto, MP, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. H. Dhani Ichsanudin Nur, SE,MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, sekaligus selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan saran, nasehat serta bantuan bimbingan skripsi kepada peneliti sehingga peneliti bisa menyelesaikan tugas skripsi ini dengan baik.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Seluruh Dosen dan staff dosen Jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Bapak dan Ibu serta Kakak tercinta Anugerah Karina Surya Negara, SH, penulis menyampaikan terima kasih banyak atas doa dan dukungan baik secara spiritual maupun materiil yang tidak mungkin penulis uraikan dengan kata-kata.
6. Kakak angkatku tersayang Nur Cholifah, SE, dan Lia Wijayanti, SE, atas bantuan dan dukungannya serta tempat berkeluh kesah.
7. Keluarga besar Beswan Djarum dan Djarum Bakti Pendidikan yang telah memberikan semangat kebersamaan, dengan segala ide kreatifnya dan dukungan bagi penulis.
8. Teman-teman kos yang selalu membuat suasana lebih berwarna.
9. Hernani Maryulianti atas semua dukungan, doa, semangat dan pengertiannya yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik..

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang telah disusun dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat berharap saran dan kritik membangun dari pembaca dan pihak lain.

Akhir kata, Penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, Februari 2011

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI .....	i
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Landasan Teori .....	12
2.2.1. Pengertian Pasar Modal.....	12
2.2.2.1 Peranan Pasar Modal.....	13
2.2.2.2 Fungsi Pasar Modal.....	13
2.2.2.3 Manfaat Pasar Modal .....	14
2.2.2. Pengertian Manajemen Keuangan.....	15
2.2.2.1 Bentuk Laporan Keuangan.....	16
2.2.3. Investasi di Pasar Modal .....	18
2.2.4. Penilaian Harga Saham .....	19
2.2.5. Price Earning Ratio .....	20
2.2.5.1 Pengertian Price Earning Ratio .....	20
2.2.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Price Earning Ratio (PER) .....	22
2.2.6. Pengertian Variabel Bebas .....	23
2.2.6.1 Pengertian Current Ratio .....	23
2.2.6.2 Pengertian Leverage .....	24
2.2.6.3. Pengertian Dividen Payout Ratio .....	25
2.2.7. Pengaruh Antar Variabel .....	26
2.2.7.1 Pengaruh Current Ratio Terhadap Price Earning Ratio ..	26

2.2.7.2 Pengaruh Leverage Terhadap Price Earning Ratio .....	27
2.2.7.3 Pengaruh Dividen Payout Ratio Terhadap Price Earning Ratio.. .....	28
2.3 Kerangka Konseptual.....	29
2.4 Hipotesis .....	30

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Definisi operasional dan Pengukuran Variabel .....	31
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	33
3.2.1 Populasi.....	33
3.2.2 Sampel.....	33
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3.1 Jenis Data.....	35
3.3.2 Sumber Data.....	35
3.3.3 Pengumpulan Data.....	35
3.4 Teknik Analisa dan Uji Hipotesis.....	36
3.4.1. Regresi Linier Berganda .....	36
3.4.2 Uji Asumsi Klasik .....	37
3.4.3 Uji Hipotesis .....	42
3.4.3.1 Uji Simultan (Uji F) .....	42
3.4.3.2 Uji Parsial (Uji t) .....	43

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian .....	47
4.1.1 Sejarah Singkat Pasar Modal Indonesia .....	47
4.1.2 Sejarah Singkat Bursa Efek Indonesia (BEI) .....	48
4.1.3 Visi dan Misi PT. Bursa Efek Indonesia (BEI) .....	50
4.1.4 Struktur Organisasi Bursa Efek Indonesia (BEI) .....	50
4.1.5 Sejarah Perusahaan Obyek Penelitian .....	52
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	63

4.2.1 Current Ratio ( $X_1$ ) .....	63
4.2.2 Leverage ( $X_2$ ) .....	64
4.3.3 Dividen Payout Ratio ( $X_3$ ) .....	66
4.3.4 Price Earning Ratio (Y) .....	67
4.1 Analisis Dan Pengujian Hipotesis .....	68
4.3.1 Uji Normalitas .....	68
4.3.2 Uji Outlier.....	69
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	70
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	75
4.3.5. Koefisien Determinansi ( $R^2$ ).....	76
4.3.6 Uji t .....	77
4.4 Pembahasan .....	79
4.4.1 Pengaruh Current Ratio Terhadap Price Earning Ratio .....	80
4.4.2 Pengaruh Leverage Terhadap Price Earning Ratio .....	81
4.4.3 Pengaruh Dividen Payout Ratio Terhadap Price Earning Ratio.....	82
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan .....	84
5.2. Saran .....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Nilai Price Earning Ratio Perusahaan Otomotif yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia.....	7
Tabel 2. Sampel Perusahaan Otomotif Yang Membayar Dividen Pay Out Ratio dalam periode tahun 2005 – 2008 di Bursa Efek Indonesia...	34
Tabel 3. Current Ratio (X1) Perusahaan Otomotif yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia Tahun 2005 – 2008.....	62
Tabel 4. Leverage (X2) Perusahaan Otomotif yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia Tahun 2005 – 2008.....	63
Tabel 5. Dividen Pay Out Ratio (X3) Perusahaan Otomotif yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia Tahun 2005 – 2008.....	64
Tabel 6. Price Earning Ratio (Y) Perusahaan Otomotif yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia Tahun 2005 – 2008.....	66
Tabel 7. Hasil Uji Normalitas.....	67
Tabel 8. Hasil Nilai Mahalanobis Distance.....	68
Tabel 9. Hasil Uji Multikolinieritas.....	69
Tabel 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	70
Tabel 11. Hasil Durbin – Watson.....	72
Tabel 12. Koefisien Regresi Linear Berganda.,.....	73
Tabel 13. Koefisien Determinansi (R-square/R <sup>2</sup> ). ....	76
Tabel 14. Hasil Analisis Regresi.....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Kerangka Konseptual.....	37
Gambar 2.	Statistik d Durbin – Watson.....	47
Gambar 3	Struktur Organisasi PT. Bursa Efek Indonesia.....	56





## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Tabulasi Data Keuangan

Lampiran 2 : Uji Asumsi Klasik dan Hasil Analisis Regresi Berganda



# **PENGARUH CURRENT RATIO, LEVERAGE, DAN DIVIDEN PAY OUT RATIO TERHADAP PRICE EARNING RATIO PADA PERUSAHAAN OTOMOTIF YANG GO PUBLIK DI BURSA EFEK INDONESIA**

**Oleh :**

**M. REEZA PRAMADIKA**

## **Abstraksi**

Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis antar perusahaan, perusahaan berupaya menjadi yang terbaik dari perusahaan lain. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan perusahaan menunjukkan semakin bagus prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Para investor tentunya akan berminat menanamkan investasinya kepada perusahaan yang prospek kedepannya menjanjikan keuntungan, terutama perusahaan yang besar. Dapat dilihat dari seberapa besar laba yang diperoleh perusahaan, kemudian dengan memperkirakan apakah perusahaan tersebut mampu melunasi kewajiban jangka pendeknya serta penggunaan leverage yang baik dan Price Earning Ratio banyak digunakan investor untuk menentukan apakah investasi modal yang dilakukannya menguntungkan atau merugikan. Atas dasar fenomena tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk meneliti mengenai pengaruh Current Ratio, Leverage dan Dividen Payout Ratio terhadap Price Earning Ratio pada perusahaan otomotif yang go public di Bursa Efek Indonesia.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan otomotif yang go public di Bursa Efek Indonesia. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Probability Sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, maka jumlah sampel perusahaan otomotif yang memenuhi kriteria sebanyak 10 perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari data laporan keuangan periode 2005-2008 yang diambil dari Bursa Efek Indonesia. Sedangkan untuk pengujian data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan asumsi klasik menggunakan program SPSS.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel *current ratio* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap price earning ratio, begitu juga *dividen payout ratio* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap price earning ratio, sedangkan *leverage* menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap price earning ratio.

**Keywords : Current Ratio, Leverage, Dividen Payout Ratio dan Price Earning Ratio.**

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang.

Prestasi perusahaan yang semakin meningkat atau semakin baik dengan sendirinya akan meningkatkan kepercayaan pihak luar dan akan mempermudah perusahaan untuk memperoleh dana atau tambahan modal melalui *go public* dengan menjual sahamnya kepada masyarakat. Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis antar perusahaan maka perusahaan akan berupaya menjadi lebih baik dari perusahaan lain, terutama untuk perusahaan yang memproduksi barang sejenis.

Kehadiran pasar modal bagi perusahaan merupakan alternatif pilihan sumber dana (khususnya jangka panjang). Hal ini berarti keputusan pembelanjaan dapat menjadi semakin bervariasi. Bagi investor, pasar modal merupakan wahana yang dapat dimanfaatkan untuk menginvestasikan dananya dan dapat juga menambah pilihan investasi sehingga kesempatan untuk mengoptimalkan keuntungan investasi semakin besar. Tujuan dari pasar modal itu sendiri adalah (Bambang Riyanto, 1994), 1) mempercepat proses pemerataan pendapatan masyarakat melalui kepemilikan saham-saham perusahaan swasta, 2) meningkatkan penghimpunan dana masyarakat untuk digunakan secara produktif dalam pembiayaan pembangunan nasional.

Pasar modal dapat diidentifikasi sebagai pasar untuk berbagai instrumen keuangan (sekuritas) jangka panjang yang bisa diperjualbelikan

dalam bentuk hutang maupun modal sendiri, baik yang diterbitkan oleh pemerintah, *public authorities*, maupun perusahaan swasta ( Jogiyanto, 2000).

*Price Earnings Ratio* (PER) merupakan ukuran yang paling banyak digunakan untuk menentukan apakah investasi modal yang dilakukannya menguntungkan atau merugikan. *Price Earning Ratio* (PER) mempunyai kelebihan antara lain karena kemudahan dan kepraktisan, serta adanya standar yang memudahkan pemodal untuk melakukan perbandingan penilaian terhadap perusahaan lain pada industri yang sama. Hal ini menyebabkan para investor lebih mempertimbangkan *Price Earning Ratio* (PER) untuk digunakan dalam membantu mengidentifikasikan harga saham. *Price Earning Ratio* (PER) menunjukkan seberapa besar para investor bersedia dibayar untuk setiap keuntungan yang dilaporkan perusahaan sehingga merupakan salah satu alat untuk mengukur kinerja perusahaan. Para manajer keuangan akan senang jika saham perusahaannya dijual dengan *Price Earning Ratio* (PER) yang tinggi. Ini mengidentifikasikan bahwa perusahaan mempunyai peluang pertumbuhan yang baik, yang berarti pendapatannya relatif aman dan sejalan dengan rendahnya tingkat kapitalisasi.

Dalam penelitian ini, saham kelompok perusahaan otomotif lebih banyak menarik minat para investor karena perusahaan otomotif merupakan salah satu usaha yang tidak pernah mati akan kebutuhan transportasi yang merupakan kebutuhan pokok manusia. Tingkat pemakaian masyarakat akan semakin bertambah sejalan dengan tuntutan kebutuhan manusia yang semakin

komplek dan meningkat. Adapun alasan dipilihnya kelompok perusahaan otomotif sebagai objek penelitian karena perusahaan otomotif adalah perusahaan yang memiliki karakteristik industri yang produknya selalu dibutuhkan masyarakat dalam kehidupan sehari – hari, selain itu banyak diantara perusahaan otomotif telah tercatat dalam waktu yang relatif lama dan cukup dikenal luas dengan kinerja yang cukup baik.

Dampak krisis global, yang dilakukan oleh perusahaan pada umumnya melakukan efisiensi dan menahan diri untuk ekspansi. Ini bukan hanya karena menurunnya tingkat daya beli masyarakat akibat krisis. Melainkan juga ancaman krisis likuiditas juga sempat di alami kalangan perbankan. Industri otomotif yang pembiayaan penjualannya sangat mengandalkan perbankan pun harus ikut kena getahnya. Sehingga banyak cabang perusahaan-perusahaan itu ditutup dan terjadi pemutusan hubungan kerja besar-besaran.

Krisis ekonomi global berdampak terhadap kemerosotan industri otomotif termasuk yang paling luar biasa. Antara lain ditandai kasus kebangkrutan sejumlah perusahaan otomotif besar, seperti General Motor (GM), Ford, dan Chrysler atau yang lebih dikenal *The Big Three*, mengakibatkan selama 2008, industri otomotif AS hanya mampu menjual mobil sebanyak 13,2 juta unit atau menurun 18 persen dibandingkan 2007 yang mampu menjual sebanyak 16,1 juta unit mobil. Meskipun krisis global mengancam prospek ekonomi dalam negeri, namun hal itu tampaknya tidak berlaku bagi produk otomotif di Indonesia. Pada 2008, volume penjualan mobil mencapai 607.805 unit, atau naik 39,89 persen dibandingkan 2007 yang

mencapai 434.473 unit. Pada 2007, pertumbuhan penjualan mobil di Indonesia mencapai 35,9 persen dibandingkan 2006, yang merupakan pertumbuhan tertinggi di Asia, lebih tinggi sekalipun dengan Cina dan India. Dengan kata lain, di balik kebangkrutan industri otomotif global, sesungguhnya terdapat blessing bagi peningkatan aktivitas investasi, khususnya sektor otomotif di Indonesia. (<http://localhost/ProspekIndustri> otomotif REPUBLIKA, Jumat, 29 Mei 2009).

Dalam rangka peningkatan pertumbuhan perusahaan dan menjaga kelangsungan hidup usahanya dalam persaingan bisnis yang ketat, perusahaan lebih cenderung untuk menahan sebagian besar keuntungannya untuk dijadikan modal dengan maksud perusahaan mempunyai kesempatan investasi yang paling menarik sehingga tingkat keuntungan juga akan dapat dicapai secara maksimal.

*Price Earning Ratio* menunjukkan perbandingan antara harga saham di pasar perdana atau harga perdana yang ditawarkan dibandingkan dengan pendapatan yang diterima. PER yang tinggi menunjukkan ekspektasi investor tentang prestasi perusahaan dimasa yang akan datang cukup tinggi (Fakhruddin dan Hadiano, 2001: 66).

Menurut Husnan (1994:279), bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi PER adalah pertumbuhan dividen (yang berarti juga laba). Sedangkan *Dividen Payout Ratio* sendiri mempunyai arti yaitu bagian dari laba perusahaan yang dibayarkan sebagai dividen. Faktor ini mempunyai pengaruh yang positif terhadap PER karena besarnya *Dividen Payout Ratio*

menentukan besarnya dividen yang diterima oleh pemilik saham, di mana besarnya dividen ini secara positif dapat mempengaruhi harga suatu saham terutama pada pasar modal yang didominasi oleh investor yang berorientasi pada pendapatan dividen. Dengan demikian apabila faktor-faktor lain yang mempengaruhi PER konstan, semakin tinggi *Dividen Payout Ratio*, maka semakin tinggi PER.

Menurut Fakhruddin dan Hadiano (2001 : 59) Rasio Likuiditas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial jangka pendek. Artinya jika kewajiban-kewajiban finansial jangka pendek jatuh tempo mampukah pihak perusahaan mengatasi hal tersebut. *Current Rasio* adalah rasio untuk menghitung berapa kemampuan perusahaan dalam membayar utang lancar dengan aktiva lancar yang tersedia. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin besar kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial jangka pendek. Sedangkan menurut Karnadi (1997), Likuiditas diartikan sebagai kemampuan perusahaan melunasi seluruh kewajiban jangka pendeknya. Dengan semakin meningkatnya *Current Ratio* perusahaan ada kemungkinan akan meningkatkan harga saham perusahaan tersebut yang akan mempengaruhi PER. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *Current Ratio* perusahaan terhadap PER.

Menurut Fakhruddin dan Hadiano (2001: 59), Rasio *Leverage* atau rasio utang adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh aktiva perusahaan dibiayai utang atau oleh pihak luar. Sartono dan Munir (1997)

dalam penelitiannya, menjelaskan bahwa salah satu faktor yang mampu menjelaskan PER pada industri tertentu adalah *Leverage (debt to equity ratio)* perusahaan. Suryaputi dan Astuti (2001) menurut Hansen dan Crutchley (1990) menyatakan bahwa rata-rata harga saham terpengaruh saat perusahaan mengumumkan penerbitan surat berharga yang baru. Terdapat bukti yang mengidentifikasi bahwa terjadi penurunan harga saham secara signifikan selama pengumuman dari pembelanjaan modal yang baru atau utang yang dapat dipertukarkan (*convertible debt*). Penawaran utang secara terbuka atau saham preferen menghasilkan reaksi saham yang negatif tetapi signifikan.. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *Leverage (debt to equity ratio)* perusahaan terhadap PER.

Menurut Sartono (2001 : 249), perusahaan besar yang sudah well-established akan lebih mudah memperoleh modal di pasar modal dibanding dengan perusahaan kecil karena kemudahan akses tersebut berarti perusahaan besar memiliki fleksibilitas yang lebih besar pula.

Oleh karena itu menjadi tujuan utama bagi investor untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *Price Earning Ratio*, sehingga dapat memutuskan investasi saham mana yang akan dipilih atau bagaimana diversifikasi investasi yang tepat sekaligus menguntungkan.

Ada 10 Perusahaan Otomotif yang go publik dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dalam setiap perusahaan otomotif yang nantinya akan berimbas pada berfluktuasinya penjualan. Fluktuasinya penjualan berpengaruh juga pada *Price Earning Ratio* perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis



laporan keuangan masing-masing perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia yang dapat ditunjukkan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

**Tabel 1 : Nilai Price Earning Ratio Perusahaan Otomotif yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia.**

No	Nama Perusahaan	Price Earning Ratio			
		2005	2006	2007	2008
1	PT. Astra Internasional Tbk.	7.57	17.12	16.95	4.65
2	PT. Astra Otoparts Tbk.	7.74	8	5.64	4.77
3	PT. Gajah Tunggal Tbk.	5.12	10.65	12.57	252.45
4	PT. Goodyear Indonesia Tbk.	-49.02	10.65	12.57	252.45
5	PT. Hexindo Adiperkasa Tbk.	8.25	19.17	10.98	2.27
6	PT. Indo Kordsa Tbk.	3.54	46.69	21.84	8.55
7	PT. Intraco Penta Tbk.	5.61	29.35	24.97	4.41
8	PT. Multistrada Arah Sarana Tbk.	9.34	4.54	45.05	288.09
9	PT. Tunas Ridean Tbk.	6.74	44.59	9.11	4.27
10	PT. United Tractor Tbk.	9.96	20.08	20.82	5.5

**Sumber : Indonesia Capital Market Directory 2005-2008 (Bursa Efek Indonesia)**

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa *Price Earning Ratio* pada perusahaan-perusahaan otomotif memang mengalami fluktuasi (cenderung turun) karena pada tahun penelitian perusahaan-perusahaan otomotif terkena imbas dari krisis ekonomi yang melanda dunia bisnis pada umumnya sehingga menyebabkan hasil yang dicapai oleh perusahaan-perusahaan otomotif menurun dan berakibat pada tidak stabilnya harga saham perusahaan. Ini tentunya akan membuat investor tidak mendapatkan apa yang diinginkannya yaitu tingkat keuntungan atau tingkat return yang tinggi dari dana yang dikeluarkan oleh para investor. Padahal seorang investor yang berinvestasi selalu menginginkan keuntungan yang optimal dari investasi yang ditanamkan. Dalam beberapa tahun terakhir ini perusahaan otomotif

seharusnya dapat memaksimalkan keuntungannya karena adanya tingkat perekonomian di Indonesia mulai membaik dan daya beli masyarakat juga naik, ini bisa dilihat dari semakin banyaknya penggunaan kendaraan bermotor di Indonesia. Dengan memaksimalkan tingkat keuntungan maka perusahaan akan dapat memberikan return yang tinggi kepada para pemegang saham atau investor.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik mengangkat topik tersebut kedalam penelitian dengan judul **"PENGARUH CURRENT RATIO, LEVERAGE DAN DIVIDEN PAYOUT RATIO TERHADAP PRICE EARNING RATIO PADA PERUSAHAAN OTOMOTIF YANG GO PUBLIK DI BURSA EFEK INDONESIA"**.

## 1.2 Perumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka permasalahan yang akan dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *current ratio* berpengaruh terhadap *Price Earning Ratio* pada perusahaan otomotif yang go public di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap *Price Earning Ratio* pada perusahaan otomotif yangt go public di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah *dividen payout ratio* berpengaruh terhadap *Price Earning Ratio* pada perusahaan otomotif yangt go public di Bursa Efek Indonesia?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dan manfaat ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *current ratio* terhadap Price Earning Ratio pada perusahaan otomotif yang go publik di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap Price Earning Ratio pada perusahaan otomotif yang go publik di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh *dividen payout ratio* terhadap Price Earning Ratio pada perusahaan otomotif yang go publik di Bursa Efek Indonesia

### 1.4. Manfaat Penelitian.

Dengan adanya latar belakang yang telah diuraikan, permasalahan serta tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, manfaat yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan yang dapat digunakan oleh para investor dalam melakukan penelitian terhadap saham yang akan diteliti.
2. Dapat digunakan sebagai langkah awal bagi peneliti dalam membandingkan dan mempraktekkan ilmu yang telah didapatkan dibangku kuliah dengan kenyataan yang ada dilapangan.

3. Dapat digunakan bagi para akademisi sebagai tambahan literatur yang membantu didalam perkembangan ilmu manajemen dan menambah wawasan tentang *Price Earning Ratio*.

